

ชื่อเรื่อง : ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจใน  
คุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัด  
มหาสารคาม

ผู้วิจัย : นางสาวสมหมาย ช่างทำ ปริญญา บธ.ม.  
กรรมการที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์ เสาวลักษณ์ นิกกรพิทยา กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2554

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ  
ร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการ  
ให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม 3) ศึกษาความสัมพันธ์  
ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้า  
ชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจ  
ร้านค้าชุมชนมี นวน 89 ร้านค้า ใน 13 ตำบล เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ณ วันที่ 23  
กันยายน 2553 จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นแบบ  
มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 สถิติที่ใช้ใน  
การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)  
และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์  
สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธีหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment  
Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัด  
มหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง  
และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตาม  
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา  
ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ทางบวกปานกลาง ( $r_{xy} = .451$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า โดยรวมอยู่ระหว่าง 0.013 ถึง 0.296 ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำและมีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่ตรง มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากรกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ และส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำตามลำดับ

**Title**            **Relationship between service marketing mix and service qualitative satisfaction of community' shop business in Borabu District, Maha Sarakham Province.**

<b>AUTHOR</b>	Mrs. Sommai Changtum	<b>DEGREE</b> M.B.A
<b>ADVISOR</b>	Assoc. Prof. Dr.Wongpattana Sriprasert	Chairperson
	Assoc. Prof. Sauwaluck Nikornpittaya	Committee

**RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY 2011**

**ABSTRACT**

The objective of this research were the study service marketing mix, and the study service qualitative satisfaction of community' shop business as well as the study relationship between service marketing mix and service qualitative satisfaction of community' shop business in Borabu District, Maha Sarakham Province. The data was collected from 395 the member who customer of community' shop business has 89 in 13 sub-districts in Borabu District, Maha Sarakham Province. Installed on September 23, 2553. Questionnaires were used in the study and analyzed by using statistical program of 5-level rating scale, the significant level was rated at 0.84. The data was analyzed by statistics such as mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Pearson Product Moment Correlation Coefficient and *t*-test.

The results revealed that;

The overall degree of the opinion level about service marketing mix of the member who customer of community' shop business in Borabu District, Maha Sarakham Province were rated as middle. By considering in aspects, it was found that the overall was rated in average degree in all aspects, which can be ranked from the highest to the lowest as follows: the aspects of Place, Physical character, Price, Procedure, Personnel, Promotion, and Product, respectively.

The overall degree of the opinion level about service qualitative satisfaction of community' shop business of the member who customer of community' shop business in Borabu District, Maha Sarakham Province were rated as middle. By considering in aspects, it was found that the overall was rated in average degree in all aspects, which can be ranked from the highest to the lowest as follows: the aspects of Progressive service, Continuous service, Amply service, Equitable service, and Timely service, respectively.

The result of relationship analysis demonstrated that service marketing mix were related to the service qualitative satisfaction of community' shop business in Borabu District, Maha Sarakham Province, the overall mean was positively related as moderate at 0.451 and the pair was considered as a whole was between 0.013 to 0.296, which a low positive relationship and positive relationship was rather low, And there was statistical significance in positive relations at 0.05. The top three highest related pairs were service marketing mix on Personnel aspect and service qualitative satisfaction on Timely service aspect were comparatively related in positive relationship was rather low, service marketing mix on Personnel aspect and service qualitative satisfaction on Continuous service aspect were comparatively related in positive relationship was rather low, and service marketing mix on Personnel aspect and service qualitative satisfaction on Progressive service aspect were comparatively related in positive relationship was rather low.